



## PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, KEBIJAKAN MODAL MINIMUM DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI

Amram Rohi Bire<sup>1)</sup>, Enos Kabu<sup>2)</sup>, Putri Patricia Tety<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Kupang

Email korespondensi: [amramrohibire01@gmail.com](mailto:amramrohibire01@gmail.com)

### ARTICLE HISTORY

Received:

January 28, 2026

Revised

April 21, 2026

Accepted:

April 24, 2026

Online available:

April 24, 2026

### Keywords:

*Investment, Literacy, Risk, Shares*

\*Correspondence:

Name: Amram Rohi Bire

E-mail:

[amramrohibire01@gmail.com](mailto:amramrohibire01@gmail.com)

### Editorial Office

Ambon State Polytechnic

Center for Research and

Community Service

Ir. M. Putuhena Street, Wailela-

Rumahtiga, Ambon

Maluku, Indonesia

Postal Code: 97234

### ABSTRACT

**Introduction:** *This study aims to examine the effect of Investment Knowledge, Minimum Capital Policy, and Social Media Influencers on Students' Investment Interest.*

**Method:** *This research employs a quantitative method with data analysis using Multiple Linear Regression, supported by SPSS software. The sample consists of 100 students who invest in stocks at the Indonesia Stock Exchange Investment Gallery across universities in East Nusa Tenggara.*

**Results:** *The findings indicate that partially, Investment Knowledge, Minimum Capital Policy, and Social Media Influencers each have a significant effect on Students' Investment Interest. Simultaneously, these three variables influence Students' Investment Interest by 76%, while the remaining 24% is explained by other factors not examined in this study.*

**Conclusion:** *The results confirm that Investment Knowledge, Minimum Capital Policy, and Social Media Influencers, both partially and simultaneously, have a significant impact on Students' Investment Interest. These findings suggest that increasing students' investment interest is not determined by a single factor but rather by the synergy between cognitive aspects (knowledge), structural policies (ease of initial capital), and socio-digital factors (influencer impact). The novelty of this study lies in the integration of these three variables into a comprehensive analytical model, particularly by positioning Social Media Influencers as a relevant variable in the context of current digital developments. This study offers a new perspective that strategies to enhance students' investment interest should combine educational approaches, inclusive policies, and the effective use of social media as a communication tool.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan pasar modal di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren yang semakin positif, terutama ditandai dengan meningkatnya partisipasi investor dari kalangan generasi muda dan mahasiswa. Fenomena ini mencerminkan adanya perubahan perilaku investasi di masyarakat yang semakin terbuka terhadap instrumen pasar modal, didukung oleh kemajuan teknologi, kemudahan akses informasi, serta berbagai program edukasi dan kampanye yang mendorong inklusi keuangan secara lebih luas.

Menurut Bursa Efek Indonesia yang dikutip dalam Liputan6.com, perkembangan pasar modal Indonesia menunjukkan dominasi yang kuat dari kalangan investor muda dalam periode 2016 hingga 2020. Direktur Pengembangan BEI, Hasan Fawzi, menyatakan bahwa sekitar 45% dari total investor merupakan individu berusia di bawah 30 tahun, sementara 25% lainnya berada pada rentang usia 31–40 tahun. Tren pertumbuhan ini juga terlihat secara signifikan di wilayah Nusa Tenggara Timur dalam kurun waktu 2021 hingga Agustus 2024. Jumlah investor pasar modal di daerah tersebut mengalami peningkatan yang sangat pesat, dari 35.761 investor pada tahun 2021 menjadi 56.872 investor pada tahun 2022, kemudian meningkat lagi menjadi 79.026 investor pada tahun 2023, dan mencapai 95.604 investor hingga Agustus 2024. Data ini mencerminkan adanya peningkatan partisipasi masyarakat, khususnya generasi muda, dalam aktivitas investasi di pasar modal.

Investor dari kalangan generasi muda diharapkan dapat berperan aktif dalam mendorong pertumbuhan dan pengembangan investasi di pasar modal Indonesia (Manik & Usman, 2021). Meskipun demikian, masih terdapat pandangan di kalangan masyarakat, termasuk mahasiswa, yang menganggap bahwa aktivitas investasi merupakan hal yang sulit dan kompleks. Persepsi tersebut menjadi salah satu hambatan dalam meningkatkan jumlah investor domestik. Oleh karena itu, pemahaman yang memadai mengenai investasi sangat diperlukan agar mahasiswa mampu mengatasi berbagai kendala serta lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi (Marlin, 2020).

Perkembangan pasar modal yang semakin terbuka dan inklusif, minat mahasiswa untuk berinvestasi menjadi perhatian penting karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri maupun dari lingkungan eksternal. Penelitian ini memfokuskan pada tiga variabel utama yang diduga berpengaruh terhadap minat tersebut, yaitu pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, dan media sosial influencer. Secara konseptual, penelitian ini mengacu pada **Theory of Planned Behavior (TPB)** yang dikemukakan oleh Icek Ajzen. Teori ini menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), serta persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam kerangka penelitian ini, pengetahuan investasi mencerminkan aspek sikap karena berkaitan dengan tingkat pemahaman individu terhadap manfaat dan risiko investasi. Kebijakan modal minimum menggambarkan persepsi kontrol perilaku, karena kemudahan dalam memenuhi modal awal akan menentukan kemampuan mahasiswa untuk mulai berinvestasi. Sementara itu, media sosial influencer merepresentasikan norma subjektif, di mana pengaruh sosial dari figur di platform digital dapat membentuk persepsi sekaligus mendorong keputusan mahasiswa untuk berinvestasi.

Pengetahuan investasi merupakan pemahaman individu mengenai konsep dasar investasi, risiko, return, serta mekanisme pasar modal. Menurut Abdul Halim, pengetahuan yang memadai menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian terdahulu seperti oleh Marlin (2020) dan Mahdi et al. (2020) menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi, karena semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk berinvestasi. Selanjutnya, kebijakan modal minimum merupakan faktor eksternal yang berkaitan dengan kemudahan akses dalam memulai investasi. Kebijakan ini memberikan peluang bagi mahasiswa untuk berinvestasi dengan modal yang relatif kecil. Penelitian oleh Dewi et al. (2017) menunjukkan bahwa penurunan batas minimum investasi mampu meningkatkan partisipasi investor baru, khususnya dari kalangan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa keterjangkauan modal menjadi faktor penting dalam mendorong minat berinvestasi. Sementara itu, media sosial influencer merupakan fenomena baru dalam era digital yang berperan dalam membentuk opini dan perilaku individu. Influencer dapat memberikan edukasi, rekomendasi, maupun motivasi terkait investasi melalui platform digital. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa paparan informasi dari media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan finansial generasi muda. Namun, sebagian penelitian masih menemukan hasil yang bervariasi terkait kekuatan pengaruh influencer terhadap minat investasi, sehingga variabel ini masih relevan untuk dikaji lebih lanjut. Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh pengetahuan investasi dan kebijakan modal minimum terhadap minat berinvestasi, masih terdapat keterbatasan dalam mengintegrasikan ketiga variabel tersebut secara simultan dalam satu model penelitian, khususnya dengan memasukkan variabel media sosial influencer sebagai faktor eksternal yang bersifat kontemporer. Selain itu, penelitian sebelumnya umumnya dilakukan pada wilayah dengan tingkat literasi

keuangan yang relatif tinggi, sehingga belum banyak yang secara spesifik mengkaji konteks daerah seperti Nusa Tenggara Timur yang memiliki karakteristik berbeda. Dengan demikian, *research gap* dalam penelitian ini terletak pada: (1) integrasi variabel pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, dan media sosial influencer dalam satu model analisis yang komprehensif; (2) pengujian peran media sosial influencer sebagai variabel yang relatif baru dalam konteks perilaku investasi mahasiswa; serta (3) fokus pada konteks wilayah yang masih terbatas dalam kajian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan teoritis dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa berinvestasi di era digital saat ini.

## LANDASAN TEORI

### Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang harus dimiliki dalam melakukan investasi. Ukuran variabel yang digunakan untuk pengetahuan investasi adalah pemahaman tentang berinvestasi, pengetahuan dasar saham, tingkat risiko dan tingkat pengembalian (return) investasi (Kusmawati, 2011). Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang harus dimiliki dalam melakukan investasi. Ukuran variabel yang digunakan untuk mengukur pengetahuan investasi adalah pemahaman tentang berinvestasi, pengetahuan dasar saham, tingkat risiko dan tingkat pengembalian (return) investasi (Kusmawati, 2011).

### Kebijakan Modal Minimum

Dalam penelitian ini modal investasi yang dipakai yaitu modal minimum investasi, hal ini dikarenakan modal minimum investasi merupakan suatu hal yang penting dalam mempertimbangkan melakukan investasi. Terdapat besaran jumlah modal untuk berinvestasi yang akan ditentukan dari jenis produk investasi tersebut. Kebijakan modal minimum merupakan kebijakan yang diambil untuk memikat calon investor. Kebijakan ini dapat juga mempengaruhi minat berinvestasi pada mahasiswa karena sebagian besar dari mahasiswa belum memiliki penghasilan tetap sehingga jika akan berinvestasi harus menyisihkan uang dahulu (Gede et al., 2021). Apabila modal yang dibutuhkan saat berinvestasi semakin minimum, maka akan semakin tinggi minat mahasiswa dalam berinvestasi.

### Media Sosial Influencer

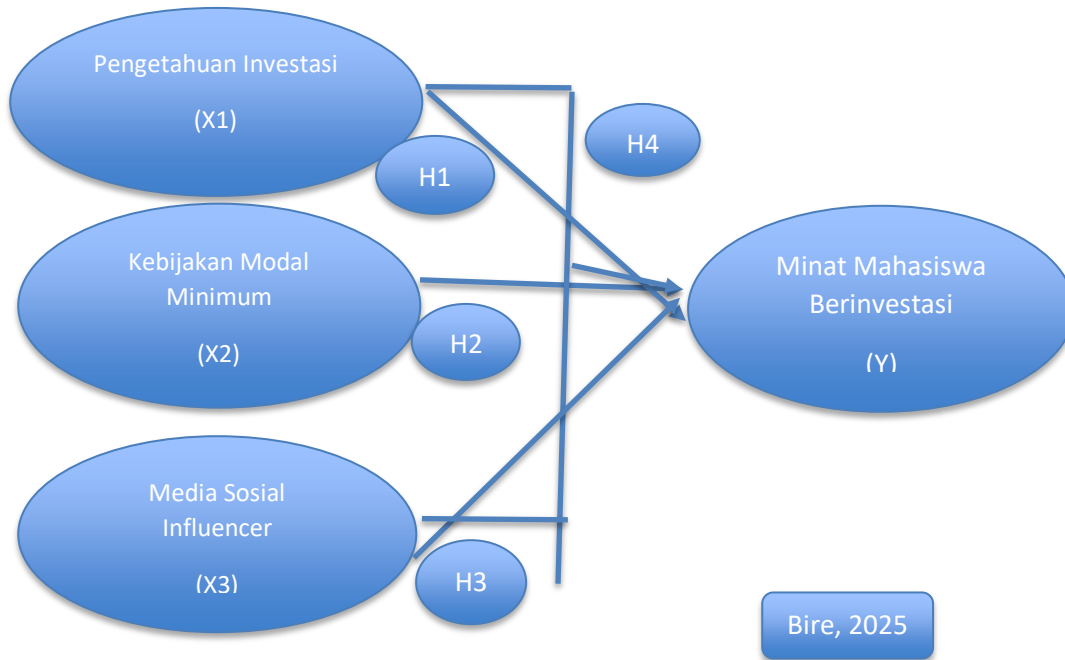
*Social Media Influencer* merupakan individu pengguna media sosial untuk mendapatkan ketenaran online. Mereka akan membangun identitas online yang kuat terlebih dahulu, kemudian mereka akan membagikan minat dan pendapat mereka di blog pribadi atau media sosial lainnya seperti Facebook, Instagram, YouTube, twitter, dan yang terbaru, TikTok. Memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengambilan keputusan pengikut mereka. Maka dari itu banyak, brand, organisasi atau perusahaan mendekati mereka untuk mendukung pengiklanan (Hudders et al., 2021). *Social media influencer* juga akan aktif menggunakan akun media sosial mereka dan sering membahas topik tertentu, serta memberikan informasi baru. Seseorang dengan minat di bidang tertentu dapat mengikuti dan berinteraksi dengan influencer tersebut untuk mengikuti perkembangan terakhir dalam berita dan tren (Ulmi et al., 2022). Pengaruh *social media influencer* dan lingkungan ini membuktikan bahwa teori norma subjektif mampu mempengaruhi niat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal (Pratiwi, 2020).

### Minat Mahasiswa Berinvestasi

Ciri- ciri seseorang yang berminat untuk berinvestasi menurut Trenggana & Kuswardhana (2017), dapat diketahui dengan seberapa berusahanya dalam mencari tahu tentang suatu jenis investasi, berusaha meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi tersebut atau langsung mencoba berinvestasi pada jenis investasi tertentu.” “Karakteristik orang yang tertarik untuk berinvestasi dapat ditentukan oleh upaya ekstensif mereka dalam meneliti jenis investasi, kelemahan dan kekuatan investasi, dan hasil investasi” (Titik Ulfatun, 2016). Kemungkinan mengambil langkah-langkah untuk memenuhi keinginan investasi, seperti mengikuti pelatihan dan seminar investasi, menerima tawaran investasi dengan hati-hati, dan akhirnya berinvestasi, ditunjukkan dengan niat untuk bertindak demi kepentingan investasi. Indikator minat investasi diadaptasi dari pendapat Rodyah (2019) yaitu: (1) Ketertarikan, dalam hal ini menunjukkan adanya pemusatan perhatian untuk mencari tahu secara lebih dan perasaan senang dalam melakukannya. “Hal ini bisa dilihat dari aktif tidaknya seseorang dalam menggali informasi, menganalisis semua masalahmasalah yang diminati, dan merinci hal-hal yang diminati hingga penetapan cakupan yang diminati” (Bakhri, 2018). Penelitian Yuliati (2011) menyatakan bahwa “indikator dari seseorang berkeinginan atau tidak maka dibutuhkan deskripsi yang jelas mengenai keinginan seseorang.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan populasi penelitian adalah mahasiswa yang telah mengambil keputusan berinvestasi saham. Sampel sebanyak 100 responden diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Berikut kerangka konseptual dari penelitian ini :



**Gambar 1 : Kerangka Konseptual**

Penelitian ini ingin menjelaskan pengaruh Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum dan *Social Media Influencer* Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi. Variabel penelitian terdiri atas: Pengetahuan Investasi (X<sub>1</sub>), Kebijakan Modal Minimum (X<sub>2</sub>), *Media Social Influencer* (X<sub>3</sub>), Minat Mahasiswa Berinvestasi (Y).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Analisis SPSS**

**Hasil Uji Validitas**

Asumsinya Jika Nilai Sig-(2-Tailed) dari butir-butir pernyataan < dari 0,05 maka Valid, dengan demikian seluruh nilai Sig-(2-Tailed) dari table korelasi (X<sub>1</sub>), (X<sub>2</sub>), (X<sub>3</sub>) dan (Y), semua butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05, maka **Valid**.

**Hasil Uji Reliabilitas**

Asumsinya Jika Nilai Alpha Cronbach’s lebih dari 0,60 maka Reliabel. Dengan demikian seluruh Variabel Nilai Alpha Cronbach’s nya > 0,60 maka dapat disimpulkan semua Variabel **Reliabel**.

**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

**Tabel 1. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

No	Model	Unstandardized Coefficients B	Standar Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	Constanta	6,245	1,057		9,038	0,000
2	X1 Pengetahuan Investasi	0,205	0,017	0,007	0,076	0,078
3	X2 Kebijakan Modal Minimum	0,601	0,058	0,370	3,470	0,002
4	X3 Media Social Influencer	0,068	0,071	0,097	0,912	0,006

a. Dependent Variabel : Minat Mahasiswa Berinvestasi  
 Sumber Data : Data Olahan

Asumsi Jika Nilai Sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dari hasil olahan data ternyata X1 Pengetahuan Investasi nilai Sig 0,078>0,05 maka secara paesial terdapat pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi pada Bursa Efek Indonesia di Nusa Tenggara Timur atau Hipotesis H1 diterima. X2 Kebijakan Modal Minimum nilai Sig 0,002>0,05 maka secara paesial terdapat pengaruh Kebijakan Modal Minimum Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi pada Bursa Efek Indonesia di Nusa Tenggara Timur atau Hipotesis H2 diterima. X3 Media Social Influencer nilai Sig 0,006>0,05 maka secara parsial terdapat pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham Pada Bursa Efek Indonesia di Nusa Tenggara Timur atau Hipotesis H3 diterima.

Model Regresinya sebagai berikut :  $Y=6.245+0,025X1+0,601X2+0,068X3$ .

**Hasil Uji Simultan (Uji f)**

**Tabel 2. Hasil Uji Simultan (Uji f)**  
 ANOVA<sup>b</sup>

No	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,570	3	10,180	6,506	.000 <sup>a</sup>
2	Residual	153,220	96	1,875		
3	Total	176,850	99			

Sumber Data : Data Olahan

Asumsi Jika Nilai Sig < 0,05 atau f hitung > f tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa Nilai Sig 0,000 < 0,05 maka H4 Diterima atau Terdapat Pengaruh Secara simultan Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum dan Media Social Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Pada Bursa Efek Indonesia di Nusa Tenggara Timur. Dengan besaran pengaruh dapat dilihat pada tabel Model Summary berikut:

**Tabel 3. Hasil Model Summary**  
 Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.656 <sup>a</sup>	.760	.058	2.0021	1.050

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum, Media Social Influencer  
 b. Dependent Variable: Minat Mahasiswa Berinvestasi

Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada R Square dimana pengaruhnya sebesar 0,760 atau sebesar 76% sedangkan 24% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial baik Variabel (X1) Pengetahuan Investasi, (X2) Kebijakan Modal Minimum dan (X3) Media Social Influencer berpengaruh terhadap (Y) Minat Mahasiswa Berinvestasi. Secara simultan (X1) Pengetahuan Investasi, (X2) Kebijakan Modal Minimum dan (X3) Media Social Influencer berpengaruh terhadap (Y) Minat Mahasiswa Berinvestasi sebesar 76%, Sedangkan 24% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Model Regresi sebagai berikut :  $Y=6.245+0,025X1+0,601X2+0,068X3$ . Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan minat investasi mahasiswa tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, melainkan merupakan hasil sinergi antara aspek kognitif (pengetahuan), kebijakan struktural (kemudahan modal awal), dan faktor sosial-digital (pengaruh influencer).

Keterbaruan (novelty) penelitian ini terletak pada integrasi ketiga variabel tersebut dalam satu model analisis yang komprehensif, khususnya dengan menempatkan **Media Social Influencer** sebagai variabel yang relevan dalam konteks perkembangan digital saat ini. Penelitian ini memberikan perspektif baru bahwa strategi peningkatan minat investasi mahasiswa perlu menggabungkan pendekatan edukatif, kebijakan yang inklusif, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen memiliki kontribusi terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi, baik secara parsial maupun simultan.

Pertama, **pengetahuan investasi (X1)** terbukti berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman mahasiswa mengenai konsep, manfaat, dan risiko investasi, maka semakin besar pula ketertarikan mereka untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Pengetahuan menjadi dasar penting dalam membentuk kepercayaan diri dan kemampuan pengambilan keputusan finansial.

Kedua, **kebijakan modal minimum (X2)** memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat mahasiswa berinvestasi. Hal ini tercermin dari nilai koefisien regresi yang paling besar dibandingkan variabel lainnya. Artinya, kemudahan dalam memulai investasi dengan modal yang terjangkau menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk berpartisipasi di pasar modal. Semakin rendah hambatan finansial, semakin tinggi minat investasi mahasiswa.

Ketiga, **media sosial influencer (X3)** juga berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi. Pengaruh ini menunjukkan bahwa informasi, edukasi, dan rekomendasi yang disampaikan oleh influencer di media sosial mampu membentuk persepsi serta meningkatkan ketertarikan mahasiswa terhadap investasi, meskipun pengaruhnya tidak sebesar variabel kebijakan modal minimum.

Secara simultan, ketiga variabel yaitu pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, dan media sosial influencer secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi dengan kontribusi sebesar **76%**, sedangkan sisanya sebesar **24%** dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$Y = 6,245 + 0,025X1 + 0,601X2 + 0,068X3$ , yang menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki arah pengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. **Bagi institusi pendidikan**, disarankan untuk meningkatkan program edukasi dan literasi investasi melalui kurikulum, seminar, maupun pelatihan agar pengetahuan mahasiswa terkait investasi semakin meningkat.
2. **Bagi regulator dan lembaga pasar modal**, perlu mempertahankan dan mengembangkan kebijakan modal minimum yang terjangkau serta memperluas akses investasi agar semakin banyak mahasiswa yang dapat berpartisipasi.

3. **Bagi pelaku industri dan praktisi keuangan**, diharapkan dapat memanfaatkan media sosial secara optimal dengan menggandeng influencer yang kredibel untuk menyampaikan edukasi investasi yang benar dan bertanggung jawab.
4. **Bagi peneliti selanjutnya**, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti motivasi, persepsi risiko, kemudahan teknologi, atau faktor psikologis lainnya guna menjelaskan sisa variabel yang belum diteliti sebesar 24% serta memperluas objek penelitian pada wilayah yang berbeda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bakhri, S. (2018). Minat Mahasiswa Dalam Investasi Di Pasar Modal. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syaria'ah*, 10(1), 146. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2846>
- Dewi, N. N. S. R. T., Adnantara, K. F., & Asana, G. H. S. (2017). Modal Investasi Awal dan Persepsi Risiko dalam Keputusan Berinvestasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi* , 2, 173–190.
- Gede, I., Perdana, B. W., & Yasa, G. W. (2021). The Effect of Minimum Investment Capital, Financial Literacy Level, and Family Environment on Students Investment Interest in the Indonesian Capital Market. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(E-ISSN: 2378-703X), 253–260. [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Halim, A. (2003). *Analisis Investasi Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The Commercialization of Social Media Stars: A Literature Review and Conceptual Framework on the Strategic use of Social Media Influencers. *International Journal of Advertising*, 40(3), 327–375.
- Kusmawati. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Pemahaman Investasi dan Usia Sebagai Variabel Moderat. *Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*. STIE Musi Palembang
- Lestiana. (2023) Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan dan social media influencer terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal: *Proceeding Of National Conference On Accounting & Finance*, Vol. 5 Tahun 2023 Hal. 136-149
- Kencana, M. R. (26 Juni 2020). "70 Persen Investor Milenial Kuasai Pasar Modal Indonesia". *Liputan 6*:<https://www.liputan6.com/saham/read/4289768/70-persen-investor-milenial-kuasai-pasarmodal-indonesia>
- [Rodiyah, F. (2019). Korelasi Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Pelatihan Pasar Modal dan Minat Mahasiswa Berinvestasi di Galeri Investasi Syariah. *Jihbiz : jurnal ekonomi, keuangan dan perbankan syariah*, 3(1), 17–37.
- Manik, E., & Usman, O. (2021). The Influence of Motivation, Knowledge and Technology Advancement on Investment Interest of Jakarta State University Students in the Capital Market. *SSRN Electronic Journal*, 1–13
- Marlin, K. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Return, dan Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi pada Galeri Investasi Syariah Bursa Efek Indonesia IAIN Batusangkar. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(e-ISSN: 2548-1398).
- Pratiwi, D. T. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi, dan Social Media Influencer terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *Skripsi*
- Titik Ulfatun, U. (2016). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014. *Pelita*, XI(2), 1–13
- Trenggana, A. F. M., & Kuswardhana, R. (2017). Pengaruh informasi produk, risiko investasi, kepuasan investor dan minat mahasiswa berinvestasi. *I(1)*, 8–17..
- Ulmi, A. T., Pahlevi, C., dan Sobarsyah, M. (2022). The he Influence of Social Media Influencer on Students ' Interest in Investing in the Capital Market. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*, 4(1), 25–31.
- <https://regional.kompas.com/read/2024/10/11/184932778/jumlah-investor-pasar-modal-di-ntt-didominasi-pelajar-dan-mahasiswa>.